

CHAPITRE 1

LES PRINCIPES DE BASE DE LA COMMUNICATION

Référentiel et savoir associés

CC2. Les théories de la communication

Les concepts et leur évolution

Les situations de communication :

- enjeux
- formes de la communication
- modes de communication

Objectifs :

Distinguer les différents champs de la communication.

Discerner les caractéristiques de la situation de communication afin d'adopter un mode et un registre de communication adaptés.

Repérer la diversité des formes et des supports de la communication commerciale et managériale.

Appréhender les spécificités des différents types de communication : écrite et orale, verbale et non-verbale en langue étrangère.

On ne peut pas ne pas communiquer,
Mais...

Entre ce que je pense,
Ce que je veux dire,
Ce que je crois dire,
Ce que je dis,

Ce que vous voulez entendre,
Ce que vous entendez,
Ce que vous croyez comprendre,
Ce que vous voulez comprendre,
Ce que vous comprenez...

... Il y a au moins neuf possibilités de ne pas s'entendre!

DÉFINITION DE LA COMMUNICATION

D'après vous :

- **Qu'est-ce que la communication ?**
- **Quelle différence faites-vous entre communication et information ?**

La communication est un échange entre deux ou plusieurs personnes.

L'information est une transmission de données à sens unique. Lorsque vous regardez le journal télévisé, le présentateur vous transmet une information. Mais si vous ne la comprenez pas, vous ne pouvez pas interagir avec lui pour qu'il précise ses dires.

La **communication** est :

- L'action, le fait de communiquer, d'établir une relation avec autrui, de transmettre quelque chose à quelqu'un ;
- L'ensemble des moyens et techniques permettant la diffusion d'un message auprès d'une audience plus ou moins vaste et hétérogène ;
- L'action, pour quelqu'un, une entreprise, d'informer et de promouvoir son activité auprès du public, mais aussi d'entretenir son image, quel que soit procédé médiatique.

Elle concerne aussi bien l'homme (communication interpersonnelle, de groupe, de masse...) que l'animal et la plante (communication intra- ou inter-espèces) ou la machine (télécommunications, nouvelles technologies...).

Lorsqu'on transmet un message, à l'oral comme à l'écrit, on s'inscrit dans une **situation de communication**. D'ailleurs, la socialisation de l'individu est étroitement liée aux communications qui s'établissent entre lui et son environnement.

En fait, **l'individu qui communique se socialise**.

Grâce à tous les moyens de communication mis à notre disposition, la terre est actuellement un **village planétaire**. Il est possible de connaître ce qui se passe à l'autre bout du monde quasiment en temps réel. Mais, même si la transmission de l'information est de plus en plus rapide et que nous disposons de nombreuses techniques et moyens, la communication n'est **pas toujours efficace**.

En effet, il ne faut pas confondre rapidité technique avec rapidité de communication.

La confusion est de croire que lorsque nous connaissons une technique, nous savons communiquer.

Or, il est vrai que les moyens de communication se sont largement développés mais les moyens de non-communication aussi :

Sur l'écran de votre téléphone portable, vous pouvez voir qui vous appelle et donc ne pas répondre si vous ne souhaitez pas communiquer avec cette personne ;

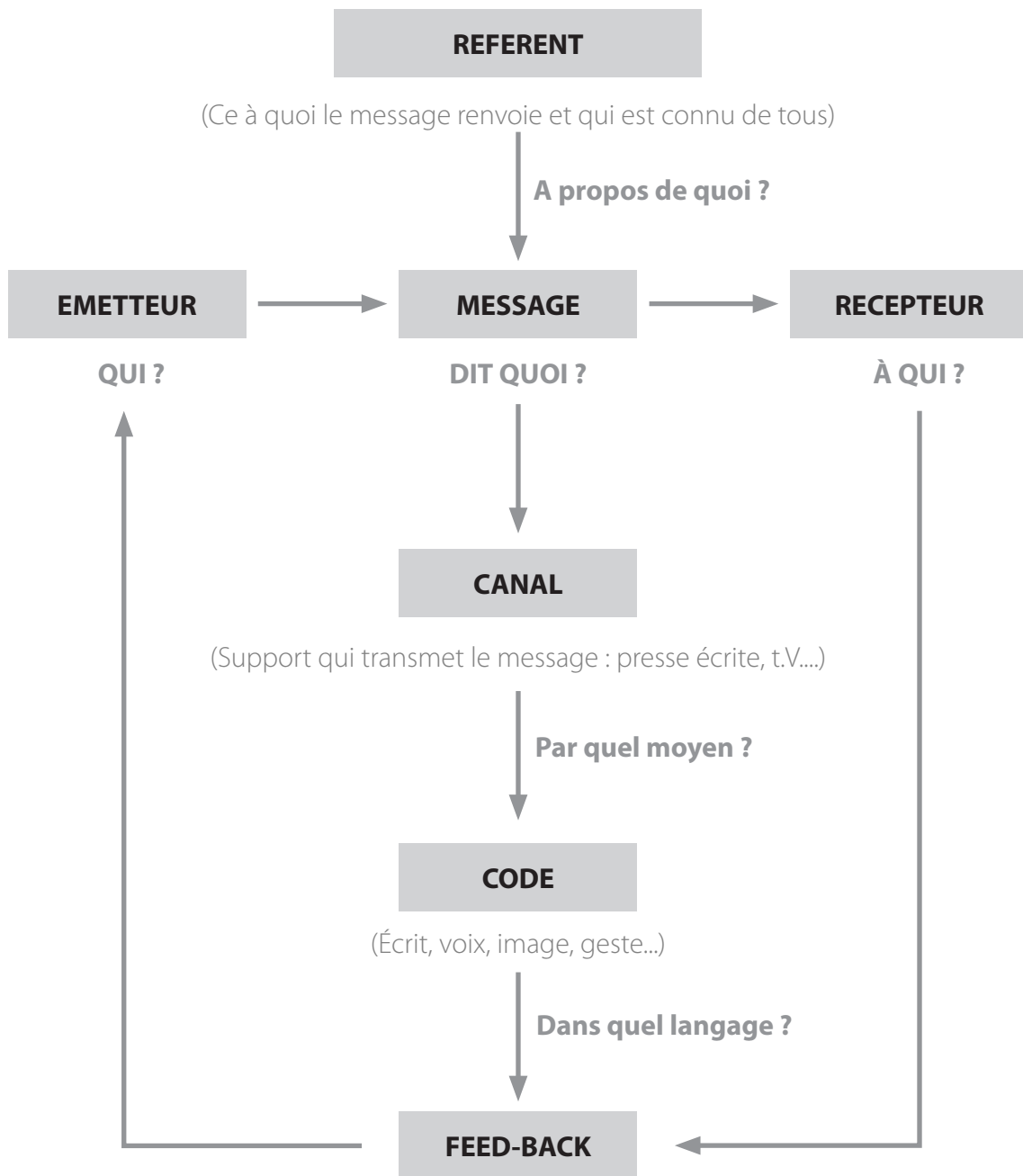
Avant, on se rassemblait pour regarder la tv en famille. Maintenant, chacun possède sa propre tv et donc chacun regarde son propre programme.

Toutes ces technologies, faites à la base pour améliorer la communication, nous conduisent donc peu à peu à la non communication.

Le schéma de la communication :

Quelle que soit la forme qu'elle prenne (texte, image, musique...), La communication s'établit toujours suivant les mêmes repères.

Cette situation peut s'illustrer par le schéma suivant, imaginé par le linguiste roman Jakobson¹ dans les années 60.



1. Penseur russe (1896-1982). L'un des plus grands maîtres de la linguistique du XXème siècle.

Signification du schéma :

Pour l'**émetteur**, l'acte de communication consiste à transmettre au **récepteur** un **concept**, une **idée**, une **pensée**, une **information**. Pour cela, il va devoir l'exprimer au travers d'un **message**.

Pour être compris, un **message** est émis et reçu grâce à un **code commun** à l'**émetteur** et au **récepteur**. Un code peut être composé de signes tels que

- des sons (code linguistique),
- des signes écrits (code graphique),
- des gestes,
- des images symboles (logo...),
- des signaux mécaniques (morse...).

Ce message utilise un **canal** (le média) qui permet d'entrer en contact avec le destinataire. On distingue :

- les canaux physiologiques internes de l'émetteur et du récepteur (audition, vision, odorat...)
- les canaux techniques externes (radio, ordinateur,...) qui servent à convoyer le message à travers le temps et l'espace.

Le fait que le récepteur d'un message puisse y répondre s'appelle le **feed-back**.

À chaque facteur de la communication, Jakobson va faire correspondre une fonction spécifique du langage. Un même message pourra alors mettre en œuvre une ou plusieurs de ces fonctions.

- **La fonction référentielle** permet au langage de donner des informations sur le contenu du message. On retrouve cette fonction dans les récits, les panneaux de signalisation.
- **La fonction expressive**, ou émotive, est focalisée sur les émotions. Le langage traduit l'attitude de l'émetteur par rapport à ce dont il parle. Elle s'intéresse à l'intonation, au timbre de la voix, au choix du vocabulaire.
- **La fonction impressive**, ou conative, traduit l'effet que le langage produit sur le récepteur : emploi de l'impératif, vocabulaire de l'injonction, procédés de propagande, appels aux dons dans certaines campagnes publicitaires...
- **La fonction phatique**, ou de contact, permet d'assurer et d'entretenir l'attention des interlocuteurs. Elle apparaît à travers la présentation d'une copie d'examen par exemple, ou dans certaines expressions qui établissent ou maintiennent le contact («allô», «n'est-ce pas»...).

- **La fonction métalinguistique** s'intéresse au fonctionnement de la langue elle-même. On la retrouve dans les dictionnaires, à travers l'explication du vocabulaire, mais aussi dans la vie quotidienne, dès que des précisions sont faites sur le vocabulaire utilisé.
- **La fonction poétique**, ou stylistique, analyse la forme du message et le prend comme un objet. Dans la littérature, l'art, la publicité, c'est le cas avec le travail sur les mots, leur sonorité, leur rythme, les couleurs...

Dans toute situation de communication, l'émetteur va donc mettre en place une **stratégie**, variable selon son **intention** et le **statut des récepteurs** de son message.

LES PRINCIPAUX MODÈLES DE LA COMMUNICATION

De nombreux théoriciens de la communication ont cherché à conceptualiser ce qu'était « **une communication** ».

Ce qui suit n'est pas une liste exhaustive. Le but recherché est simplement de cerner une évolution générale de la conceptualisation de la communication en donnant les modèles les plus connus et l'apport qu'ils ont induit :

1 LES MODÈLES POSITIVISTES

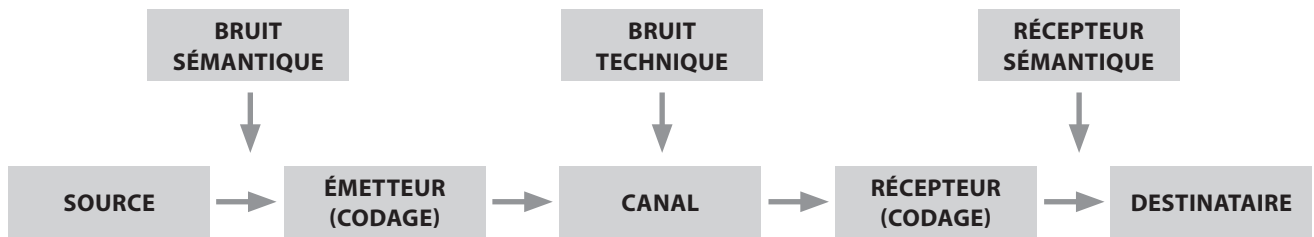
Pour les premiers théoriciens, la communication se limite au transfert d'une information entre une source et une cible qui la reçoit. Elle est présentée comme un **système linéaire et mécanique** sans ancrage social. On s'intéresse seulement au contenu du message.

Le modèle informationnel de shannon² et weaver³ (1949).

Ce modèle renvoie à la métaphore du télégraphe. Il est centré sur le contenu et le transfert de l'information. Leur préoccupation était que la signification du message de départ subisse le moins de déformations possibles lors de la transmission et de la réception (le signal peut en effet être affecté, brouillé, voire déformé par un phénomène de bruit).

2. Ingénieur et mathématicien américain (1916-2001). Père de la théorie de l'information.

3. Mathématicien et philosophe de la communication (1896-1978). Il a «humanisé» le schéma purement technique de Shannon.



1. La source d'information énonce un message...
2. ... Que l'émetteur va décodé et transformer en signal,
3. Lequel va être acheminé par le canal,
4. Puis décodé par le récepteur, qui reconstitue un message à partir du signal
5. Et le transmet enfin au destinataire.

Pour illustrer ce phénomène, prenez l'exemple du téléphone arabe⁴, ou de la rumeur. L'information de base sera, au gré de la transmission et de la compréhension de chacun, tronquée, modifiée, transformée, pour parfois, une fois la transmission terminée, n'avoir plus rien à voir avec le message de départ.

Le sens du message est une donnée et ce message est la cause qui va produire un effet chez le récepteur.

AVANTAGES : ce modèle met l'accent sur les facteurs pouvant perturber la transmission de l'information.

LIMITES : c'est un schéma simpliste qui ne peut s'appliquer à toutes les situations de communication puisqu'il ignore la pluralité des récepteurs et laisse de côté les éléments psychologiques et sociologiques. Il ne prend pas non plus en compte le phénomène de rétroaction.

Les apports de norbert wiener⁵

Notre monde est intégralement constitué de systèmes, vivants ou non-vivants, imbriqués et en interaction. Une société, une économie, un réseau d'ordinateurs, une machine, une entreprise, une cellule, un organisme, un cerveau, un individu, un écosystème... peuvent être considérés comme des «**systèmes**».

Un système cybernétique se définit comme un ensemble d'éléments en interaction. Les interactions entre les éléments peuvent être des échanges de matière, d'énergie, ou d'information.

4. Jeu qui consiste à faire circuler de bouche à oreille une phrase inventée par le premier joueur et répétée à voix haute par le dernier joueur. L'intérêt est de comparer la version finale de la phrase à sa version initiale. Plus les joueurs sont nombreux, plus la phrase sera déformée.

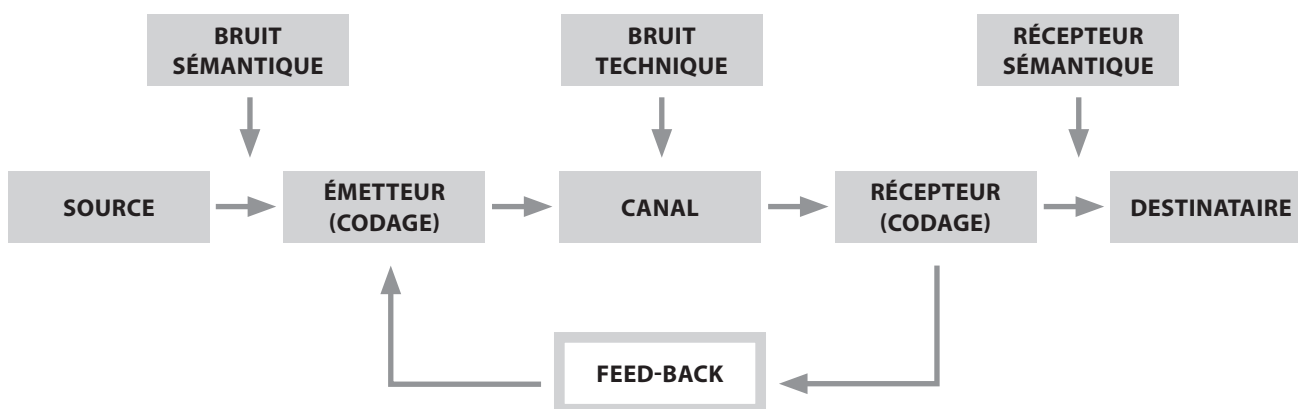
5. Mathématicien américain, théoricien et chercheur en mathématiques appliquées (1894-1964). Père fondateur de la **cybernétique** (Science qui se donne pour objet l'étude des systèmes vivants et non vivants ; la science des régulations au sein des organismes vivants et des machines).

Ces échanges constituent une communication, à laquelle les éléments réagissent en changeant d'état ou en modifiant leur action. La communication, le signal, l'information, et la rétroaction sont des notions centrales de la cybernétique et de tous les systèmes, organismes vivants, machines, ou réseaux de machines.

Grâce à Wiener, le modèle de la communication s'enrichit du **feed-back**, ou processus de régulation.

Les éléments d'un système sont en **interaction réciproque**. L'action d'un élément sur un autre entraîne en retour une réponse (rétroaction ou «feed-back») du second élément vers le premier. On dit alors que ces deux éléments sont reliés par une **boucle de feed-back** (ou boucle de rétroaction).

Cet apport est une révolution, car la communication cesse d'être conçue comme linéaire, et devient **circulaire** (boucles) : émetteur et récepteur interagissent.



Wiener **distingue 2 types de feed-back** :

- **Le feed-back positif**, qui conduit à accentuer un phénomène (les réactions de b renforcent l'attitude de a)
- **Le feed-back négatif**, qui régule, amortit le phénomène (les réactions de b conduisent a à se corriger).

Cette découverte est particulièrement importante pour les échanges argumentatifs. L'opinion de a peut être consolidée si b y adhère. À l'inverse, si b y est réfractaire, a peut être amené à revoir ses positions.

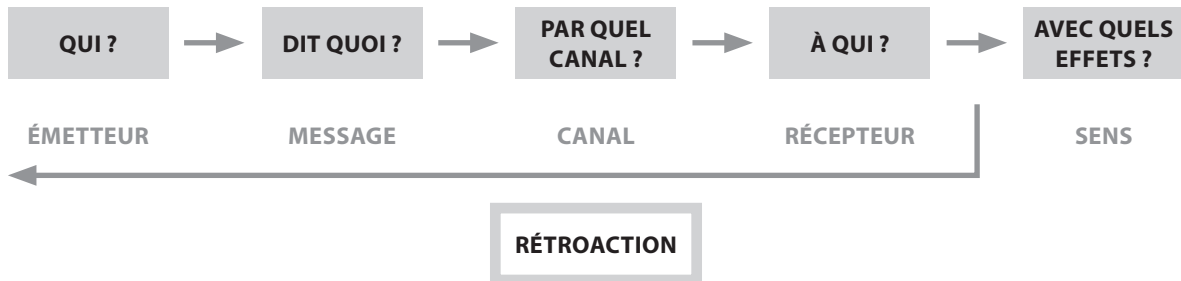
Le modèle de Lasswell⁶ (1948)

Lasswell défend la théorie selon laquelle les démocraties ont besoin de **propagande** (« gestion gouvernementale des opinions ») pour permettre à l'ensemble des citoyens d'approuver ce que les spécialistes ont déterminé comme étant bon pour eux.

6. Politologue et psychiatre américain (1902-1978). Père de la théorie du **behaviourisme**, qui préconise un contrôle gouvernemental de tous les outils de communication.

Pour étayer sa théorie, il pose cinq questions qui décrivent tout phénomène de communication.

Ce premier modèle, théorique, va fortement orienter les recherches ultérieures en identifiant les pôles de la **communication interpersonnelle** (cf. Schéma de Jakobson).



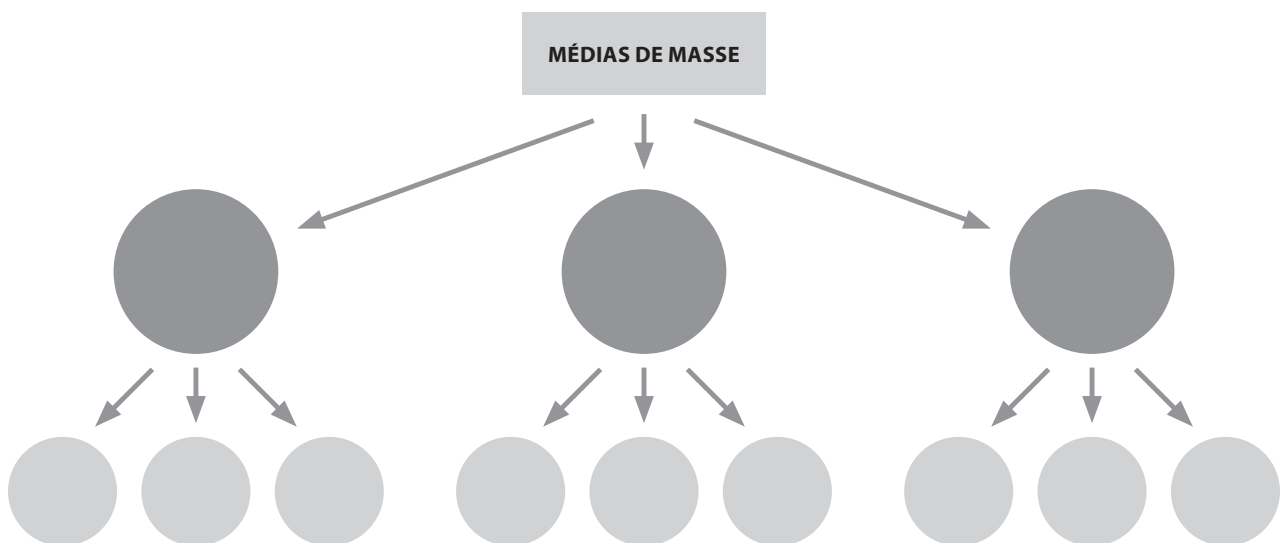
Pour ce modèle, la communication est un **processus d'influence et de persuasion**, très proche de la publicité.

Les apports de Paul Lazarsfeld⁷

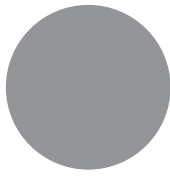
À partir de la théorie de Lasswell, il développe l'influence des médias sur les récepteurs. Les médias auront un effet différent sur chacun, selon nos prédispositions, nos capacités intellectuelles et sociales. Il va ainsi créer le concept du **two step flow** (1955).

Le média n'agit pas directement sur le public cible, l'influence passe par l'intermédiaire de «**leaders d'opinions**» qui servent de relais auprès des individus de leur groupe d'appartenance. Une fois ce leader repéré, le publicitaire, par exemple, va directement intervenir sur lui.

Regardez par exemple le nombre de sportifs, ou de vedettes de cinéma, qui sont utilisés dans les publicités : grâce à leur influence personnelle, ils incitent à la consommation de ces produits en particulier.



7. Sociologue américain d'origine autrichienne (1901-1976). Connus pour ses travaux sur les effets des médias sur la société, et pour l'utilisation de techniques d'enquêtes dans la collecte d'informations.



Leaders d'opinion



Suiveurs

AVANTAGES : L'intérêt essentiel du modèle de Lasswell est de dépasser la simple problématique de la transmission d'un message et d'envisager la communication comme un processus dynamique avec une suite d'étapes ayant chacune leur importance, leur spécificité et leur problématique. Il met aussi l'accent sur la finalité et les effets de la communication.

LIMITES : Il s'agit d'un modèle assez simpliste. Le processus de communication est limité à sa dimension persuasive. La communication n'est perçue que comme une relation autoritaire. Toute forme de rétroaction y est absente. De même, le contexte sociologique et psychologique n'est pas pris en compte.

Avec les modèles positivistes, la communication apparaît comme un **processus linéaire** centré sur le **transfert d'informations**. Ils présentent aussi des situations de communication dégagées de tout contexte. Ces modèles sont tirés des héritiers d'une tradition psychologique, les Béhavioristes (courant qui considérait l'environnement comme déterminant le comportement). Le rôle de l'émetteur et du récepteur sont totalement différenciés. Le récepteur est considéré comme passif, alors qu'en réalité il existe une **inter-influence** entre l'émetteur et celui qui reçoit le message.

2 LES MODÈLES SYSTÉMIQUES

L'approche systémique se distingue des autres approches par sa façon de comprendre les relations humaines : *aucun phénomène n'existe isolément, son existence même se concrétise par l'insertion dans un ensemble d'autres phénomènes qui forment un système avec lui*. La valeur d'un objet d'art, par exemple, n'est définie que par rapport à d'autres objets d'art, et donc au marché.

La personne n'est pas le seul élément analysé dans cette démarche. L'intervenant accorde aussi une importance considérable aux différents systèmes dont il fait partie (familial, professionnel, social, etc.). Cette personne est influencée à la fois par ses intentions, celles des autres, et celles des possibilités du milieu et/ou du système.

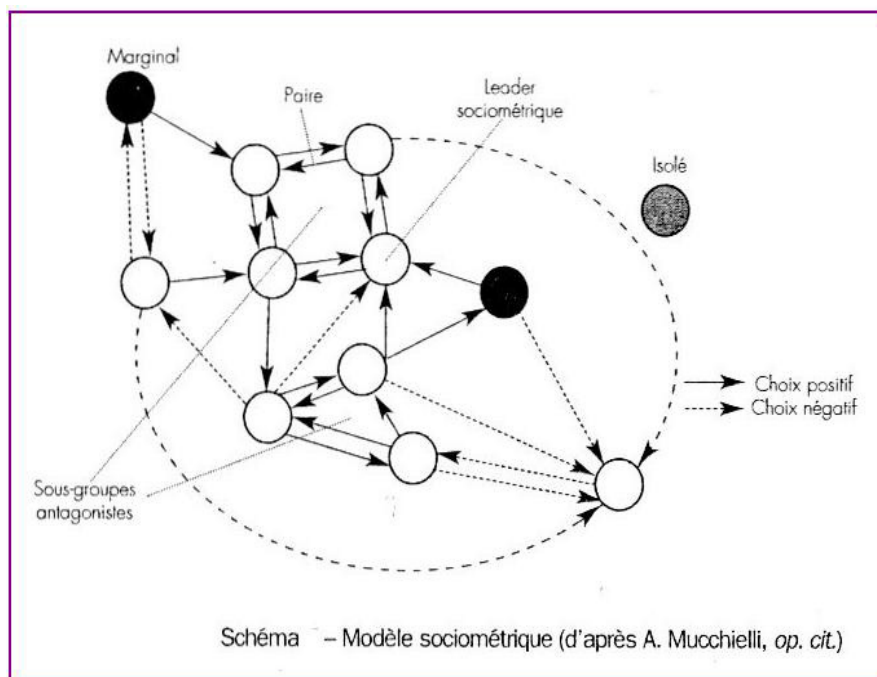
La communication humaine a la particularité de présenter des éléments indissociables : la **communication rationnelle** (= le contenu), et la **communication relationnelle** (= La forme).

Elle comporte en fait deux catégories de signes :

- Les **signaux digitaux** qui sont les actions, les mots, les écrits... Signes compréhensifs à partir d'un code précis ;
- Les **signaux analogiques** que sont les attitudes, le paralangage... Qui permettent une interprétation à partir d'un contexte précis.

Le modèle sociométrique de Jacob Moreno⁸ (1954).

Il présente graphiquement le réseau dessiné par les relations « **informelles** » dans un groupe.



Par l'identification des **affinités** (sympathie, antipathie ou indifférence) entre les individus, on dessine une **structure des relations sociales affectives du groupe**.

La communication y est définie comme un canal, support privilégié du transport de l'information. En effet, la structure informelle du groupe va faciliter ou non le passage des informations.

Le **test sociométrique** cherche à déterminer, à partir d'un même critère de base, les sentiments qu'éprouvent les uns pour les autres les individus d'un groupe. Chaque membre du groupe choisit les personnes qu'il aimerait avoir comme compagnon.

8. Médecin psychiatre, psychosociologue, théoricien et éducateur américain (1889-1974).

Le test, à la lumière de ces réponses, permet d'étudier les structures sociales du groupe (attraction, répulsion) et de déterminer la place de chaque individu dans le groupe.

Pour que le test fonctionne, il est nécessaire que tous les membres du groupe soient sincères et spontanés.

La problématique principale des chercheurs de cette époque (années 1950 – 60) est donc centrée sur les « **places** » occupées par les membres du groupe. En découle la question suivante :

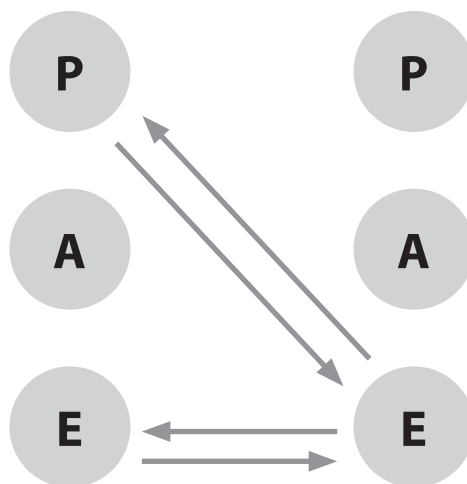
« Quel changement opérer pour améliorer la forme et la structure du réseau des échanges? »

AVANTAGES : L'intérêt de ce modèle réside dans l'analyse des relations interpersonnelles, et donc l'analyse de toute situation de communication. En effet, les relations entre les différents interlocuteurs sont déterminantes pour l'appréhension et la compréhension du message.

LIMITES : Ce modèle nécessite l'implication de tous les membres du groupe. De plus, la sincérité et la spontanéité doivent prévaloir.

Le modèle transactionnel d'eric berne⁹ (1970).

Ce modèle vise à permettre une prise de conscience ainsi qu'une meilleure compréhension de *ce qui se joue ici et maintenant* dans les relations entre deux personnes et dans les groupes. Cette analyse ne s'occupe plus du contenu du message mais de sa forme générale. Elle propose des grilles de lecture pour la compréhension des problèmes relationnels, ainsi que des modalités d'intervention pour résoudre ces problèmes.



⁹ Psychiatre et psychothérapeute (1910-1970). Père de l'analyse transactionnelle.

P : le parent est la partie du «moi» qui s'est constitué dans l'enfance sous l'influence du modèle parental et de l'entourage. C'est le **niveau d'échange normatif**.

A : l'adulte est le dernier état du «moi» qui se développe. C'est lui qui observe, comprend, agit décide, analyse... C'est le **niveau d'échange rationnel**.

E : l'enfant est le premier état du moi qui s'est constitué après la naissance, il exprime sans réserve l'affectivité, les besoins, les sensations, les émotions de la personne. C'est le **niveau d'échange affectif**.

Pour Eric Berne, ce sont les **contacts avec autrui** qui révèlent les problèmes d'une personne. Il pense qu'en changeant le mode de communication de cette personne on peut lui permettre de surmonter ses soucis.

Cette analyse est dite « **transactionnelle** » parce que chaque échange, même verbal, entre deux individus, peut être considéré comme une **transaction** :

« On l'appelle transaction parce que chacune des deux parties en présence y gagne quelque chose, c'est la raison pour laquelle elles s'y livrent. »

AVANTAGES : Cette méthode permet de définir trois types de personnalités, et donc d'adapter son mode de communication à chaque interlocuteur. Elle est aussi un moyen d'apprendre à mieux se connaître, afin de comprendre et d'anticiper ses réactions.

LIMITES : Ce modèle a besoin d'une situation bien définie, avec des objectifs déterminés et une motivation claire.

Avec les modèles systémiques, les **relations humaines** sont au cœur de la réflexion. La communication rationnelle devient indissociable de la communication relationnelle. Tout dialogue est engagé selon des **objectifs précis** et construit **simultanément** par l'ensemble des interlocuteurs. Non seulement l'émetteur intervient, par son message, sur l'état du récepteur, mais ce dernier interagit lui-aussi par son comportement, amenant l'émetteur à modifier son message.

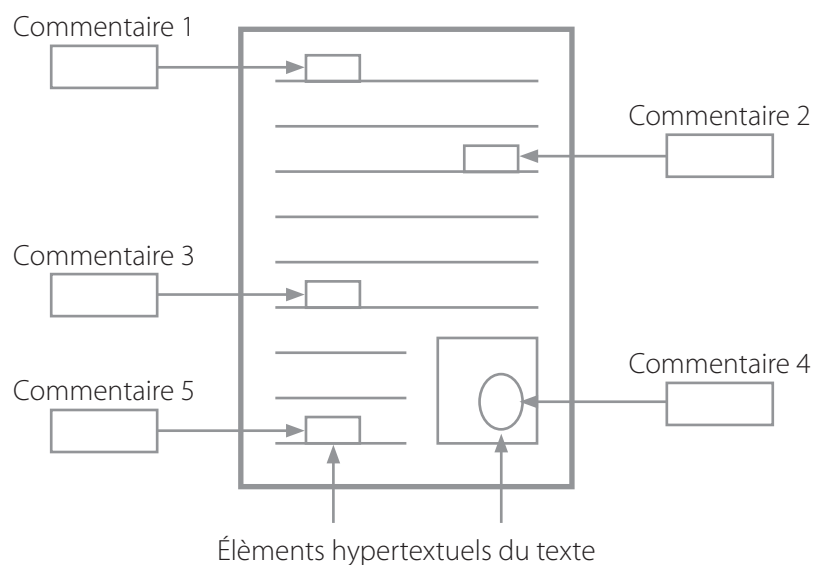
3 LES MODÈLES CONSTRUCTIVISTES

Ces modèles ne montrent pas le monde tel qu'il est, mais plutôt sa représentation comme **construction de l'esprit humain**.

En effet, les systèmes sociaux ne sont pas naturels mais font l'objet d'une construction et d'une reconstruction permanente.

Le modèle de l'hypertexte.

Il repose sur une **métaphore**. Il considère la communication comme un **débat** (un texte) « latent », « caché », qui a lieu entre des acteurs liés dans une structure sociale. Le sens du débat n'est pas donné au départ, mais il découlera de la lecture d'un certain nombre d'interprétations sur ce débat. En fait, le sens final donné à la situation de communication est le résultat de l'ensemble des commentaires faits sur cette communication.



À tout texte est accolée une foule d'explications et de commentaires qui vont en **enrichir** et **préciser** le sens. Le sens final du texte sera constitué du texte lui-même et de cet ensemble de commentaires.

Les commentaires feront alors émerger les questions suivantes :

- Quel est le débat implicite que l'on peut faire émerger des commentaires faits ?
- Comment chacun interprète-t-il et retraduit-il le message initial ?

AVANTAGES : Cette méthode favorise une bonne **interactivité** dans la recherche d'informations. Elle répond à des besoins particuliers d'organisation de l'information. Elle permet une **lecture non linéaire**, avec une structure dynamique qui rend les réorganisations possibles.

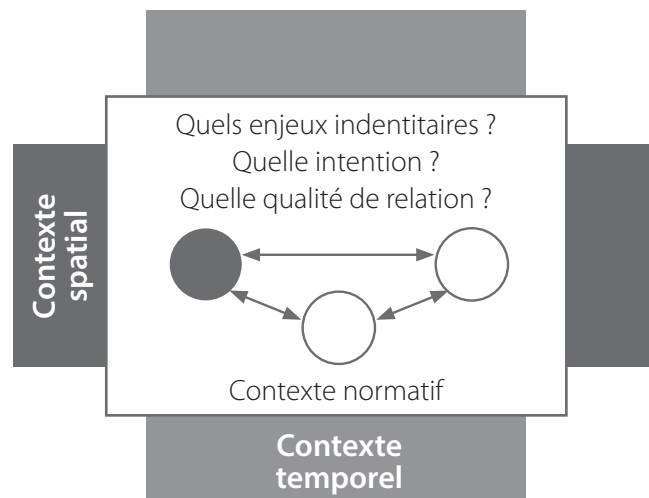
LIMITES : Le travail avec des hypertextes peut provoquer une **surcharge d'informations**, et donc une difficulté à retenir l'essentiel. Ce sera d'autant plus flagrant que le nombre d'interlocuteurs ou d'utilisateurs sera élevé.

Le modèle situationnel

Il envisage la communication en termes de **processus** et fait apparaître les différents **contextes** (ou dimensions de toute situation) dans lesquels toute communication fonctionne nécessairement.

Pour que l'échange ait du sens, il faut qu'il soit mis en relation avec les contextes dans lesquels il se déroule (contexte des intentions, des contraintes, contexte temporel...).

Dans le cadre de l'apprentissage scolaire par exemple, je communique avec des étudiants français, dans une salle de cours et donc une disposition spatiale particulière. Tous ces éléments doivent être pris en compte pour que la communication soit optimale.



Le sens final de la communication en question est une synthèse des différentes significations apparues à travers les mises en contexte.

Le contexte aide à construire le sens de l'échange et le sens et le contexte se construisent à travers l'échange.

Avec les modèles constructivistes, l'accent est mis sur le « sens partagé » par les différents acteurs. Ce sont les méthodes les plus abouties puisqu'elles prennent en compte aussi bien les acteurs de la communication que leur environnement immédiat.